

Warszawa, 05.11.2008

Wyniki trzeciego kwartału – znacząca poprawa wyniku netto i utrzymanie wysokiej płynności

Zysk netto Grupy Kapitałowej Citi Handlowy wyniósł w trzecim kwartale 215,7 milionów złotych, co oznacza wzrost o 21% w stosunku do III kwartału 2007 roku. Wynik netto był o prawie 12% wyższy od prognozowanego przez analityków, których konsensus wyniósł 193,6 mln zł. Na wynik Banku wpływ miał przede wszystkim wzrost wyniku na instrumentach finansowych oraz spadek kosztów działania.

Zysk brutto w III kwartale 2008 roku wyniósł 272,5 mln zł w porównaniu z 229,2 mln zł zysku brutto w tym samym okresie 2007 roku.

Wynik działalności operacyjnej Grupy Banku Handlowego w III kwartale kształtował się pod wpływem m.in.: wynik z tytułu odsetek w wysokości 335 mln zł (wobec 307 mln zł w III kwartale 2007), wynik z tytułu opłat i prowizji w kwocie 150 mln zł (wobec 191 mln zł w III kwartale 2007) oraz wynik na handlowych instrumentach finansowych i rewaluacji w kwocie 156 mln zł (wobec 88 mln zł w III kwartale 2007).

Cieszę mnie wynik III kwartału, po pierwsze dlatego, że poprawiliśmy wynik zeszłoroczny bez transakcji jednorazowych - powiedział Sławomir S. Sikora, prezes Citi Handlowy podczas dzisiejszej konferencji prasowej. Cieszę również, że w IV kwartał, powszechnie burzliwy na świecie, Bank wkroczył jako spółka silna i stabilna, mająca jedną z najlepszych płynności na rynku. Mając na koniec III kwartału wskaźnik kredytów do depozytów na poziomie 71% pozostajemy dla klientów bezpiecznym portem na trudne czasy.

Znaczącym sukcesem bankowości dla firm jest platforma OnLine Trading, której wolumen transakcji wzrósł o 130% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2007, a liczba klientów korzystających z tego rozwiązania wzrosła o połowę.

Citi Handlowy w trzecim kwartale 2008 roku utrzymał pozycję lidera kart przełaconych z ponad 70% udziałem w rynku oraz 420 tysiącami takich kart wydanych na koniec września, co oznacza 90% wzrost liczby wydanych kart (YoY). Wśród znaczących

transakcji w bankowości korporacyjnej należy wymienić umowę z firmą z branży FMCG na kredyt terminowy 3-letni w kwocie 40 mln dolarów.

Z wynikiem 972 tys wydanych kart na koniec września, Citi Handlowy kolejny raz potwierdza swoją silną pozycję na rynku kart kredytowych. W III kwartale bank pozyskał o 19% więcej kart niż w analogicznym okresie w roku ubiegłym. Podobnie jak w pierwszej połowie roku, klienci najczęściej decydowali się na jedną z kart partnerskich oferowanych przez Citi Handlowy. W okresie od lipca do września bank pozyskał, więc ponad 65 tys kart partnerskich. Z tego prawie połowa (31 tys.) to klienci Motokarty Kredytowej Citibank-BP. Tym samym Karta Kredytowa Citibank-BP z liczbą niemal 240 tys. wydanych kart umocniła swoją pozycję największego programu partnerskiego na rynku

###

Dodatkowych informacji udziela:

Paweł Zegarłowicz, Dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 657 72 97
E-mail: pawel.zegarlowicz@citi.com

Agata Charuba-Chadryś, Specjalista ds. Kontaktów z Mediami, tel. (0-22) 692 90 52
E-mail: agata.charubachadrys@citi.com

Bank Handlowy w Warszawie SA to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Bank Handlowy obsługuje 20 tys. klientów korporacyjnych i 800 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć ponad 188 oddziałów. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Banku Handlowego i Handlowy Leasing. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citihandlowy.pl.

Citi (NYSE:C) to wiodąca globalna firma świadcząca usługi finansowe. Obsługuje około 200 milionów klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych w ponad 100 krajach. Zapewnia bogaty wachlarz produktów i usług finansowych, jak bankowość komercyjna i inwestycyjna, bankowość detaliczna, kredytowanie, ubezpieczenia, usługi na rynków papierów wartościowych i zarządzanie aktywami. Główne marki pod znakiem handlowym Citigroup to Citibank, CitiFinancial, Primerica, Smith Barney i Banamex. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citigroup.com.